

BAB V

PENUTUP

V.1 KESIMPULAN

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan peneliti tentang tingkat pengetahuan masyarakat Pagersari mengenai program CSR (*Corporate Social Responsibility*) pembangunan jembatan beton “Jembatan Peduli Negeri 2” melalui sosialisasi dan media luar ruang *banner*, maka didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan yang dimiliki adalah tinggi dengan skor yang diraih pada penelitian adalah 0,77. Hasil tinggi ini diukur melalui indikator pengetahuan produk dan pengetahuan pemakaian yang ada pada pernyataan kuesioner.

Pada penelitian ini didapatkan hasil tingkat pengetahuan tinggi dikarenakan program pembangunan jembatan beton “Jembatan Peduli Negeri 2” dapat dipahami dengan baik oleh responden dan sesuai dengan teori Schramm dan Osgood serta teori Harold Lasswell yang digunakan pada penelitian ini. Teori Schramm dan Osgood membahas komunikasi sebagai interaksi antar kedua belah pihak yang mengkode, mentransmisikan, menafsirkan, mengkode, dan mentransmisikan balik, sehingga komunikator dan komunikan dapat saling berganti peran. Sedangkan teori Lasswell membahas mengenai proses komunikasi adalah pihak komunikator yang membentuk pesan dan menyampaikannya melalui saluran tertentu kepada pihak penerima yang membentuk efek.

Sesuai dengan penelitian ini menggunakan model proses komunikasi Shramm dan Osgood dikarenakan dalam proses penyampaian program CSR (*Corporate Social Responsibility*) pembangunan jembatan

beton “Jembatan Peduli Negeri 2” melalui penyuluhan secara tatap muka di balai desa sehingga timbul interaksi dua arah secara bergantian mengkode dan menafsirkan penyuluhan program tersebut, dan dengan adanya interaksi dua arah secara tatap muka maka akan menghasilkan *feedback*. *Feedback* tersebut akan menghasilkan efek kognitif. Sedangkan dengan teori dari Harold Lasswell dikarenakan penyampaian program ini juga melalui media luar ruang *banner* sehingga menimbulkan komunikasi secara satu arah sehingga dapat juga menimbulkan efek kognitif yang berhubungan dengan tingkat pengetahuan masyarakat Pagersari.

Pengetahuan mengenai program CSR (*Corporate Social Responsibility*) pembangunan jembatan beton “Jembatan Peduli Negeri 2” sangat penting bagi masyarakat Pagersari agar masyarakat lebih mengetahui tujuan dari PT Terminal Petikemas Surabaya untuk membangun jembatan beton “Jembatan Peduli Negeri 2” ini.

V.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tingkat pengetahuan masyarakat Pagersari mengenai program CSR (*Corporate Social Responsibility*) pembangunan jembatan beton “Jembatan Peduli Negeri 2” oleh PT Terminal Petikemas Surabaya menunjukkan hasil tinggi., maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Secara akademis, peneliti merasa penelitian ini belum sempurna. Oleh sebab itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan dasar untuk penelitian lanjutan mengenai Program CSR pembangunan jembatan beton “Jembatan Peduli Negeri 2”.

2. Secara praktis, bagi PT Terminal Petikemas Surabaya untuk melakukan sosialisasi kembali terkait fungsi dan tujuan dari perusahaan melakukan pembangunan jembatan beton “Jembatan Peduli Negeri 2” kepada masyarakat Pagersari.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Bungin, Burhan. (2005). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana.
- Dewi, A. W. (2010). Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993) Ilmu, teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007) Ilmu, teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- James F Engel, R. D. (1994). Perilaku Konsumen, Eight edition. United State of America: The Dryden Press Harcourt Brace College Publishers.
- Kartini, D. (2009). Corporate Social Responsibility. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moerdijati, Sri. (2012). Pengantar Ilmu Komunikasi. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Mulyana, Deddy. (2016). Ilmu Komunikasi Satau Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Noor, Juliansyah. (2013). Metode Penelitian. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Prajarto, N. (2012). CSR INDONESIA Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Gadjah Mada.

- Rakhmat, Jalaluddin. (2008). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Silalahi, Ulber. (2012). Metode Penelitian Sosial, Bandung: PT Refika Aditama.
- Singarimbun, M. (2006). Metode Penelitian Survei. Jakarta: Perpustakaan Nasional.
- Solihin, Ismail. (2009). Corporate Social Responsibility. Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, H. (2002). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibisono, Y. (2007). Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility). Gresik: Fascho Publishing.

Jurnal:

- Gantino, Rilla (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008- 2014. 19.
- Wahyuningrum, Yuniarti. Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat. 109-110.
- Wongkar, Pretty Aprilita (2017). Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Brand Baru Indosat Ooredoo. 1-2.
- Pranata, Felicia (2015). Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Brand Baru Indosat Ooredoo. 4.
- Arindita, Vera (2013). Tingkat Pengetahuan Perempuan Surabaya Mengenai Iklan Corporate Social Responsibility Revlon Kiss For Life Melalui Media Above Dan Below The Line.

Sumber Internet:

Kategori program CSR

<http://www.tps.co.id/program-pengembangan-masyarakat/kategori>, diakses pada tanggal 11 Agustus 2018

Berita banjir bandang di desa Pagersari, Ngantang, Malang

<http://suaraindonesia-news.com/banjir-bandang-satu-desa-di-ngantang-malang-terisolir>, diakses pada tanggal 11 Agustus 2018

Wawancara:

Jamari, Kepala Desa Pagersari, Pukul 13.00 WIB. 28 Juli 2018, Desa Pagersari, Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang.

Subekhan, Peternak Sapi, Pukul 14.00 WIB. 28 Juli 2018. Desa Pagersari Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang.

Alim, Petani, Pukul 14.00 WIB. 28 Juli 2018. Desa Pagersari Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang.

Shandy Setyawan, *Community Development Fund Superintendent* PT Terminal Petikemas Surabaya, Pukul 10.00 WIB. 5 Juli 2018, Kantor PT Terminal Petikemas Surabaya.

Harris, Koordinator lapangan Yayasan Relawan Kampung. Pukul 13.00 WIB. 27 Juli 2018, Desa Pagersari Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang.